

## DAFTAR REFERENSI

- Abdillah, W , Jogiyanto H.M (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Adiwaluyo, Eko (2016). *Kedai Kopi Bejibun, Anda Pilih Mana?*. Dapat diakses pada <http://marketeers.com/kedai-kopi-bejibun-anda-pilih-mana/>. Diakses pada tanggal 18 Februari 2018.
- Afzali, Mehdi, Elsadig Musa Ahmed (2016). Exploring consumer doubt towards local new products innovation and purchase intention. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*. Vol. 12 Iss 1 pp.
- Anggoro, Yanuar Yadi dan Handojo Djoko Waluyo (2017), Pengaruh Store Atmosphere, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Larissa Gallery & Workshop Pekalongan: Universitas Diponegoro. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol 6: Hal 1-9.
- Bitar (2016), *Pengertian Dan 4 Ciri Inovasi Menurut Para Ahli Terlengkap*. Dapat diakses pada <http://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-dan-4-ciri-inovasi-menurut-para-ahli-terlengkap/>. Diakses pada tanggal 6 Maret 2018.
- Cooper, Donald R, Pamela, S. Schindler (2006). *Metode Riset Bisnis*, Volume 1. PT Media Global Edukasi. Jakarta.
- Gurau, Calin (2012). A life-stage analysis of consumer loyalty profile: comparing Generation X and Millennial consumers. *Journal of Consumer Marketing*. Vol 29 Iss 2 pp. 103-113.
- Ghozali, I. Latan, H. (2012). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J.; and Anderson. R. E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7th ed. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Horng, Cherng Shiau. (2014). The Impact of Product Innovation on Behavior Intention: The Measurement of the Mediating Effect of the Brand Image of Japanese Anime Dolls. *Anthropologist*, 17 (3), 777-788.

- Hussain, Riaz dan Ali, Mazhar. (2015). "Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention". *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 7, No. 2; 2015.ISSN 1918-719X E-ISSN 1918-7203. Published by Canadian Center of Science and Education.
- Julianti, Ni Luh,. Made Nuridja,. Dan Made Ary Meitriana. (2014). "Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai Di Kecamatan Nusa Penida" Vol: 4 No: 1 Tahun: 2014.
- Kanagal, Nagasimha Balakrishna. (2015). Innovation and Product Innovation in Marketing Strategy. *Journal of Management and Marketing Research*, 18, 4.
- Khuong, Mai Ngoc & Quynh, Dao Ngoc. 2018. The impact of atmospheric factors on repurchase intention at upscale restaurant in Ho Chi Minh City, Vietnam. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol.9, No.1, February 2018
- Kopi Mania (2016). *Sejarah Kedai Kopi di Indonesia*. Dapat diakses pada <https://kopimaniablog.wordpress.com/2016/09/01/sejarah-kedai-kopi-di-indonesia/>. Diakses pada tanggal 14 Februari 2018.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Meldarianda, Resti, Henky Lisan S (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Vol. 17, No. 2.
- Mustinda, Lusiana (2015). *Tren Kopi di Indonesia, dari Kopi Jitu Hingga Spesialiti Kopi yang Populer*. Dapat diakses pada <https://food.detik.com/info-kuliner/d-3035516/tren-kopi-di-indonesia-dari-kopi-jitu-hingga-spesialiti-kopi-yang-populer>. Diakses pada tanggal 18 Februari 2018.
- Mustinda, Lusiana (2016). *Generasi milenial terbukti lebih banyak minum kopi dibandingkan generasi sebelumnya*. Dapat diakses pada <https://food.detik.com/info-kuliner/d-3350957/generasi-millennial-terbukti-lebih-banyak-minum-kopi-dibandingkan-generasi-sebelumnya>. Diakses pada tanggal 5 November 2018
- Nasir, Akhmed (2017). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 5 No. 1

- Paila, Jeremia Alfredo, Kalangi J.A.F, Joula J Rogahang (2018). Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. Sinar Anugerah Pratama Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 6
- Putri, Lily Harlina, Srikandi Kumadji ,dan Andriani Kusumawati (2014), Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang) : Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.15: Hal 1-9
- Ramadhani, Yeni Febriana (2017). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Niat Beli Masker Mustika Ratu (Studi pada Pengunjung Giant Hypermarket di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 5 Nomor 4.
- Sam, Hisam (2017). “Penjualan Eceran ( Ritel ) ”Pengertian & ( Tujuan – Fungsi – Jenis ). Dapat diakses pada <http://www.dosenpendidikan.com/penjualan-eceran-ritel-pengertian-tujuan-fungsi-jenis/>. Diakses pada tanggal 6 Maret 2018.
- Sekaran, Uma (2011). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Seng, Leow Chee and Ng Sook Ping. (2016). The Influence of Product Innovation toward Consumer Purchase Intention. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, IV (4).
- Shidqiyyah, Septika (2016). *6 Artis ini ternyata membuka bisnis coffee shop, sukses nggak ya?*. Dapat diakses pada <https://www.brilio.net/selebritis/6-artis-ini-ternyata-membuka-bisnis-coffee-shop-sukses-nggak-ya-160819b.html>. Diakses pada tanggal 14 Februari 2018.
- Sitompul, Agifthy (2017). *5 Alasan Kenapa Coffee Shop Jadi Tempat Nongkrong Favorit Millennials*. Dapat diakses pada <https://hype.idntimes.com/fun-fact/agifthy-sitompul/coffee-shop-jadi-tempat-nongkrong-millennials-c1c2/full>. Diakses pada tanggal 14 Februari 2018.
- Ulfah, Maria, Farah Oktaviani (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Pembelian Ulang pada Gold Star Sport and Lounge Bandung. *e-Proceeding of Management*: Vol.4, No.2.
- Yuliandri, Mustika Treisna (2015). *Evolusi Kedai Kopi*. Dapat diakses pada <https://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>. Diakses pada tanggal 14 Februari 2018.